Herpositionering BelCompany moet drempel verlagen

15-07-2014 10:00

BelCompany wil met zijn vernieuwde winkels consumenten een huiselijk gevoel en toegankelijkheid bieden. “Het is best een drempel om een telecomwinkel binnen te stappen, hoorden we tijdens klantonderzoeken”, zegt formulemanager Anne Klein Nagelvoort-Das van BelCompany in het juli/augustusnummer van RetailTrends.

BelCompany kwam ongeveer twee jaar geleden in handen van Vodafone. Daarmee kreeg Vodafone twee winkelformules in zijn retailportfolio, die zich op hetzelfde klantsegment richtten. Een herpositionering van BelCompany volgde. Waar de vernieuwde formule meer moet focussen op de mainstream doelgroep, vonden consumenten bijvoorbeeld de hoeveelheid keuzes en techniek ingewikkeld, aldus Klein Nagelvoort-Das. “In onze vorige winkels stond alles achter glas, terwijl mensen juist naar de winkel komen om producten vast te pakken.”

Een ombouw van circa 130 winkels in tien weken tijd volgde. De winkels zijn nu toegankelijker doordat producten niet langer achter glas worden gepresenteerd. Daarnaast zijn de schappen flexibeler in te delen, vertelt Klein Nagelvoort-Das. Dat is handig omdat telecom volgens haar heel snel verandert. “Op dit moment heb je bijvoorbeeld vijftig producten in je vitrine, maar over drie maanden misschien maar 25. Of juist 75.”

De ombouwtijd moest zo kort mogelijk zijn om omzetverlies te voorkomen. Daarom werd de ‘achterkant’ van de winkels niet gewijzigd. Wanden, plafonds, verlichting, en servicedesks en kassa’s moesten blijven. New Store Europe nam het winkelontwerp voor zijn rekening. Accountmanager Esther van den Driessche gaat met Anne Klein Nagelvoort-Das in het zomernummer van RetailTrends verder in op de ombouwoperatie van de BelCompany-winkels. Zo heeft New Store Europe in minimaal de helft van alle filialen ingemeten. “Dat kost vooraf enige investering, maar dat verdien je tijdens de bouw terug, zeker in tijd”, aldus Van den Driessche. Klik hier meer informatie over een jaarabonnement op elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.